

MA'HAD DARUL MUTA'ALIMIN SEBAGAI *BRANDING* MAN 1 BANYUWANGI

Siti Aimah¹, Eka Lusi Wahyuni²

Email : sitiainmah1@iaida.ac.id¹, ekalusiwahyuni@gmail.com

Prodi Manajemen Pendidikan Islam

Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi

ABSTRAK

Tujuan yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah : (1) untuk mengetahui bagaimana implementasi ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi, (2) untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat inovasi ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis data oleh Miles dan Huberman dengan langkah analisisnya yaitu : (1) reduksi data, (2) penyajian data, (3) penarikan kesimpulan. Sedangkan uji keabsahan data menggunakan uji *kreadibility, auditability, dependability dan confirmability*.

Hasil penelitiannya: Implementasi Ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi, perencanaan meliputi: (1) MAN 1 Banyuwangi adalah madrasah literasi, (2) Konsep kegiatan, (3) Pembinaan karakter siswa, pengorganisasian implementasi ma'had sebagai *branding* madrasah meliputi: (1) Ustad-ustadzah berkompotensi dibidang keagamaan Islam, (2) Program kegiatan terukur dan terstruktur, pelaksanaan implementasi ma'had sebagai *branding* madrasah meliputi: (1) Menyiapkan fasilitas yang dibutuhkan siswa di ma'had, (2) Ma'had sebagai pusat keagamaan di madrasah, (3) Prestasi yang diraih, (4) Pendampingan langsung kepala madrasah, evaluasi implementasi ma'had sebagai *branding* madrasah, meliputi: (1) Rapat dengan kepala madrasah dan pengelola ma'had setiap bulan, (2) rapat stakeholder eksternal, (3) Meningkatkan kompetensi ustadz-ustadzah Ma'had Darul Muta'alimin.

Kata Kunci : Ma'had (Pesantren), *Branding*, MAN 1 Banyuwangi

ABSTRACT

The objectives set in this study are: (1) to find out how the implementation of Ma'had Darul Muta'alimin as the branding of MAN 1 Banyuwangi; (2) to find out what are the supporting and inhibiting factors for Ma'had Darul Muta'alimin innovation as the branding of MAN 1 Banyuwangi. Data collection techniques used are observation, interviews and documentation. The data analysis used is data analysis by Milles and Huberman with the analysis steps, namely: (1) data reduction, (2) data presentation, (3) drawing conclusions. Meanwhile, the data validity test uses the credibility, auditability, dependability, and confirmability tests.

The results of the research: Implementation of Ma'had Darul Muta'alimin as the branding of MAN 1 Banyuwangi, the planning includes: (1) MAN 1 Banyuwangi is a literacy madrasah, (2) the concept of activities, (3) Development of student character, organizing the implementation of ma'had as branding Madrasah include: (1) ustadz who are competent in the

field of Islamic religion, (2) measurable and structured activity programs, the implementation of the implementation of ma'had as madrasah branding includes: (1) preparing the facilities needed by students in ma'had, (2) ma'had 'had as a religious center in madrasah, (3) achievements achieved, (4) direct mentoring of madrasah heads, evaluation of the implementation of ma'had as madrasa branding, including: (1) monthly meetings with madrasah heads and ma'had managers, (2) external stakeholder meetings, (3) improving the competence of Ustadz Ma'had Darul Muta'alimin.

Keywords: *Ma'had (Pesantren), Branding, MAN 1 Banyuwangi*

PENDAHULUAN

Sebuah lembaga pendidikan sebagai tempat alternatif kekinian salah satunya adalah ma'had, yang membentuk karakter peserta didik kearah keagamaan. Ma'had sendiri adalah lembaga pendidikan yang hampir sama dengan sistem pesantren terdapat kyai, pengurus dan santri. Ma'had tercipta untuk berusaha menyeimbangkan pendidikan antara modern dan tradisional. Pendidikan modern adalah pendidikan yang seperti dilakukan saat pandemi Covid 19 yaitu sistem daring, sedangkan pendidikan tradisioanal adalah pendidikan yang sudah dilakukan sejak dahulu seperti pesantren ataupun ma'had, akan tetapi ma'had dan pesatren tidak bisa dikatakan sepenuhnya sebagai pendidikan tradisional karena saat ini kedua pendidikan tempat tersebut mulai berkembang mengikuti zaman dengan tidak meninggalkan sistem salaf tetapi juga terus berkembang menjadi tempat pendidikan yang modern.

Branding adalah nama atau simbol yang digunakan sebagai pembeda untuk mengidentifikasi barang atau jasa pada seseorang penjual tertentu. Brand digunakan sebagai indentitas dalam mempromosikan sebuah produk agar mudah dikenal dan dihafalkan. Spesifikasi dari manfaat *branding*, dapat ditarik dalam ranah dunia pendidikan, Menurut (Sadat, 2009) merek atau brand yang dihasilkan dapat memberikan kekuatan dan jaminan nilai yang berkualitas

tinggi terhadap stakeholders. Hal tersebut yang pada akhirnya berdampak luas terhadap institusi pendidikan. Implikasi *branding* tidak hanya terbatas pada produk atau perusahaan. Sekolah atau madrasah memiliki implikasi *branding* tersendiri. Jika dilihat dari perspektif corporate, maka lembaga pendidikan merupakan suatu organisasi yang memproduksi jasa pendidikan yang dibeli oleh konsumen.

Apabila produsen dalam hal ini lembaga pendidikan tidak dapat memasarkan hasil produksinya, yaitu jasa pendidikan, yang disebabkan oleh mutu yang tidak mencapai tingkat kepuasan konsumen, maka produk yang ditawarkan tidak laku. Jika lembaga pendidikan tidak mampu memenuhi kebutuhan pasar, maka eksistensinya terancam menghilang. Berbeda dengan produk berbentuk fisik, produk sekolah yang berbentuk layanan tidak dapat disimpan, sebagai hasilnya layanan tersebut diproduksi dan dikonsumsi secara bersama (Dwiyama, 2019).

Produk lembaga pendidikan yang tidak berwujud, konsumen pada umumnya dapat mengenali tanda-tanda yang digunakan untuk menilai kualitas produk lembaga pendidikan. Penilaian itu dapat diketahui dari performa guru, tenaga pendidikan, sarana prasarana sekolah serta manajemen sekolah yang ada pada suatu lembaga pendidikan. Berdasarkan hal ini, lembaga pendidikan perlu menyadari pentingnya membangun *branding* yang kuat untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dan mempertahankan eksistensinya. Karena *branding* yang diutamakan dalam dunia pendidikan adalah *branding* yang kuat sehingga memberikan jaminan akan kualitas dan nilai yang memuaskan kepada stakeholder, yang kemudian berdampak luas pada lembaga pendidikan.

Kemajuan suatu lembaga maupun suatu organisasi dapat dilihat dari strategi yang dirancang dengan baik. Kesuksesan dalam pengimplementasian suatu strategi

dipengaruhi oleh kekuatan identifikasi masalah mengenai apa, bagaimana, mengapa dan dimana kepemimpinan dan tekad harus diterapkan secara fokus. Bagi pemimpin juga harus mengevaluasi setiap kerja yang dilakukan bawahannya. Sesuai dengan firman Allah, dalam QS Al- Infithar ayat 10-12 yang berbunyi:

وَإِنَّ عَلَيْكُمْ لَحَافِظِينَ ۖ كِرَامًا كَاتِبِينَ ۖ يَعْمُونَ مَا تَفْعَلُونَ ﴿١٢﴾

Artinya : dan sesungguhnya bagi kamu ada (malaikat-malaikat) yang mengawasi (pekerjaanmu), yang mulia (di sisi Allah) dan yang mencatat (amal perbuatanmu), mereka mengetahui apa yang kamu kerjakan.

MAN 1 Banyuwangi menggunakan *branding* dengan sebuah tempat pendidikan keagamaan yakni ma'had/pesantren dengan nama ma'had Darul Muta'alimin. Hal ini merupakan pembeda dari madrasah-madrasah yang lain yang ada di Banyuwangi, karena madrasah lain tidak mempunyai ma'had. Sebenarnya prestasi-prestasi dari siswa MAN 1 Banyuwangi sangat banyak diraih, mulai dari prestasi akademik dan non akademik.

Ma'had Darul Muta'alimin merupakan salah satu lembaga pendidikan Non Formal yang berdiri berintegrasi di lingkungan pendidikan formal MAN 1 Banyuwangi, lembaga pendidikan MAN 1 Banyuwangi merupakan salah satu Madrasah favorit yang berada di kota Banyuwangi dengan berbasis prestasi akademik ataupun non akademik. MAN 1 Banyuwangi merupakan satu-satunya madrasah yang mendirikan ma'had pertama di kota Banyuwangi pada tahun 2015 ma'had didirikan untuk memberikan pelayanan yang baik bagi siswa, berdiri di lingkungan madrasah merupakan salah satu strategi yang dilakukan untuk pembentukan karakter siswa, khususnya karakter yang bersifat religius didalam diri siswa. Dengan budaya-budaya yang ada di ma'had merupakan sebagai pendukung

untuk pembentukan karakter tersebut, karena untuk pembentukan di madrasah saja tentunya tidak cukup.

Di Indonesia madrasah yang memiliki ma'had atau asrama hanya ada sekitar 30%, hal ini karena belum ada kesiapan tersendiri dari madrasah untuk mengelola ma'had atau asrama. Di Banyuwangi madrasah yang memiliki ma'had atau asrama antara lain MAN 1 Banyuwangi terdapat ma'had putra dan putri, MAN 2 Banyuwangi terdapat ma'had putri dan MAN 3 Banyuwangi. Dari ketiga madrasah tersebut yang paling baik adalah ma'had dari MAN 1 Banyuwangi yaitu ma'had Darul Muta'alimin.

Budaya ma'had menjadi solusi untuk melengkapi dan meningkatkan karakter religius siswa, mulai dari kegiatan sorogan, diniyyah, pengajian kitab kuning, ekstrakurikuler, pendalaman bahasa asing bahkan program Tahfidzul Qur'an, terdapat di ma'had Darul Muta'alimin. Ma'had Darul Muta'alimin ini terhitung lembaga pendidikan yang masih baru, sehingga perlu banyak pengembangan dan pengelolaan mengenai budaya yang ada untuk kemajuan ma'had. Berdiri di lingkungan madrasah merupakan salah satu sarana terbaik bagi siswa-siswi MAN 1 Banyuwangi yang bertempat tinggal jauh dari madrasah bahkan ada siswi yang berasal dari luar Jawa, sehingga mereka dapat memilih ma'had sebagai tempat tinggal. Seperti rumah sendiri yang diawasi oleh orang tua, kejadian sama bahwa di ma'hadpun diawasi langsung oleh pengurus bahkan pengasuh ma'had tersebut. Ma'had ini merupakan harapan sebagai nilai baik untuk mengembangkan dan memajukan madrasah dengan didukung budaya-budaya yang ada, sebagai suatu hal yang menarik bagi masyarakat bahwa ma'had ini sama dengan pesantren. Ma'had Darul Muta'alimin juga merupakan bagian penting didalam MAN 1 Banyuwangi,

akan menjadi sebuah ciri khas bagi madrasah dan sebagai pembeda bagi madrasah-madrasah yang lain.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Desi Lestari Setianingsih, menyatakan bahwa *branding* ini mendapatkan respon baik kepada masyarakat dibuktikan dengan kemajuan dari setiap tahunnya dalam penerimaan peserta didik baru, serta terlihat dari pembuktian secara langsung maupun dari sosial media. Penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Burhan Jamaludin menyatakan bahwa *branding* ini menjadikan sekolah unggulan yang mampu menciptakan lulusan yang beriman, bertakwa dan berilmu sesuai visi dan misi, elemen yang membentuk brand dalam strategi *branding* diantaranya adalah akreditasi sekolah dengan nilai A, prestasi siswa, daya saing lulusan, akhlak atau perilaku siswa, kegiatan bakti sosial dan wisata religi.

Maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian tentang ma'had sebagai *branding* madrasah. Penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana ma'had tersebut menjadi *branding* dari madrasah. Fokus penelitian ini akan ditunjukkan pada ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi agar banyak masyarakat banyak berminat ke MAN1 Banyuwangi, dan menunjukkan pada masyarakat bahwa MAN 1 Banyuwangi mempunyai ma'had dengan nama ma'had Darul Muta'limin.

Penelitian ini dilaksanakan di MAN 1 Banyuwangi berdiri di pusat kota Banyuwangi tepatnya terletak di Jalan Ikan Tengiri No. 2 Banyuwangi Kecamatan Banyuwangi. Sebagai sekolah yang ada di kota tentunya memiliki posisi yang sangat strategis karena dekat dengan pusat pemerintahan Kabupaten. Adapun alasan pemilihan tempat penelitian ini adalah MAN 1 Banyuwangi merupakan salah satu madrasah yang mempunyai ma'had atau asrama. Ma'had ini terdapat 2 tempat yaitu

ma'had putra dan ma'had putri, tidak semua madrasah mempunyai ma'had seperti ini. Dengan kepala sekolah yang lulusan pesantren membuat beliau bertekad untuk merintis ma'had atau asrama yang berada di lingkungan madrasah. Dari paparan singkat ini menjadikan peneliti untuk membuat ma'had sebagai *branding* madrasah, dapat dikatakan bahwa ma'had ini menjadi ciri khas yang dimiliki MAN 1 Banyuwangi agar lebih dikenal dan banyak diminati masyarakat. Juga belum ada penelitian yang sama dengan penelitian ini sebelumnya, sehingga penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu baik di sekolah atau masyarakat luas.

Sehingga dapat diketahui bahwa peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “ **Ma'had Darul Muta'alimin sebagai *Branding* MAN 1 Banyuwangi** ” penelitian ini difokuskan mengenai bagaimana implementasi ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi dan faktor pendukung dan penghambat ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif yang berguna untuk mendeskripsikan perilaku informan pada penelitian ini yaitu berupa ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi dan faktor pendukung serta penghambat ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi. Adapun subjek penelitian ini berupa informasi dan fakta-fakta tentang ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi dan faktor pendukung serta penghambat ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi. Sumber data penelitian ini berupa manusia, benda dan peristiwa. Manusia berstatus informan sekaligus partisipan yang akan menjadi objek langsung penelitian.

Benda merupakan bentuk fisik yang merekam informasi yang sesuai dengan fokus penelitian. Sedangkan peristiwa merupakan sumber informasi yang menunjukkan kondisi ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi. Sumber data manusia atau narasumber pada penelitian ini diantaranya adalah : Kepala sekolah MAN 1 Banyuwangi, Pengasuh ma'had Darul Muta'alimin, Pengurus putra dan putri ma'had Darul Muta'alimin. Teknik pengumpulan data informasi yang digunakan penelitian adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Pada teknik wawancara untuk menentukan informasi peneliti menggunakan teknik *snowball* yang artinya mengalir. Sedang pada teknik observasi data yang diamati adalah berupa segala peristiwa atau keadaan, tempat, benda serta rekam data. Sedangkan pada teknik dokumentasi peneliti menghimpun informasi baik data lisan maupun tertulis atau tercetak baik berupa teks atau gambar. Analisis data yang digunakan adalah model analisis data yang digunakan adalah model analisis data interaktif Milles dan Huberman yaitu berupa kegiatan : a) pengumpulan data, b) reduksi data, c) penyajian data, d) penarikan kesimpulan. Sedangkan untuk mempertanggung jawabkan hasil penelitian ini peneliti menggunakan uji keabsahan data berupa *Creadibility*, *Audibility*, *Dependability* dan *Uji Konfirmability*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Implementasi ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi

1. Perencanaan strategi ma'had sebagai *branding* madrasah

Ma'had merupakan sebuah lembaga pendidikan sebagai tempat alternatif kekinian, yang membentuk karakter siswa ke arah keagamaan dan mengamalkan

dalam kehidupan sehari-hari. Ma'had sendiri juga dapat disebut dengan pesantren yang di dalam nya terdapat kyai, pengurus dan santri. Seperti yang dikatakan oleh Imam Tholkhah dan Ahmad Barizi (2004: 55) kyai dan santri adalah dua komunitas yang memiliki kesadaran yang sama untuk secara bersama-sama membangun komunitas keagamaan yang di sebut pesantren. Juga sama yang dikemukakan oleh Mastuhu (1994: 55) bahwa pesantren menurutnya adalah lembaga pendidikan tradisional islam untuk mempelajari, memahami, menghayati, mendalami dan mengamalkan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari.

a) MAN 1 Banyuwangi adalah madrasah literasi

Penetapan MAN 1 Banyuwangi sebagai program madrasah literasi dilakukan oleh Kementrian Agama Banyuwangi. Program madrasah ini terbagi menjadi tiga, yaitu; 1) Madrasah Reguler meliputi program riset, program literasi, dan program ketrampilan, 2) Madrasah Kejuruan dan 3) Madrasah Keagamaan.

MAN 1 Banyuwangi termasuk dalam program madrasah reguler berbasis literasi karena seluruh siswa dan guru digerakan untuk aktif berliterasi salah satu nya dengan menulis, hal ini merupakan menjadikan brand tersendiri bagi MAN 1 Banyuwangi, sesuai yang dikemukakan oleh Kotler (2002 : 460) *branding* merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dengan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing.

b) Konsep kegiatan

Konsep kegiatan di sebuah tempat pendidikan harus ada, karena dengan adanya konsep-konsep tersebut memudahkan untuk pencapaian yang diharapkan. Konsep kegiatan yang ada di ma'had meliputi pengajian al-Quran, pengajian kitab, pengembangan bahasa asing, sorogan kitab, dan diniyah. Kegiatan ini di damping i oleh pengasuh ma'had, pengurus ma'had, ustadz dan ustadzah didalamnya. Sesuai dengan salah satu prinsip pendidikan pesantren oleh Sulthon dan Ridlo (2006: 15) bahwa kegiatan pesantren di bawah bimbingan ustadz dan kiai dalam hampir semua kegiatan proses belajar mengajar, terutama berkenaan dengan kegiatan ekstrakurikuler, pembentukan organisasi santri, penyusunan program-program sampai pelaksanaan dan pengembangannya.

c) Pembinaan karakter siswa

Siswa yang bermukim di ma'had menjadi tanggung jawab penuh oleh pengasuh dan pengurus ma'had. Dengan demikian perlu adanya pembinaan karakter bagi mereka yang ada di dalamnya. Pembinaan karakter ini harus selalu di berikan kepada siswa, karena masa umur mereka sangat rawan untuk terjerumus ke pergaulan yang tidak baik. Di masa umur SLTA siswa sangat mudah terpengaruh, lingkungan yang tidak baik akan membuat mereka ikut tidak baik. Meskipun mereka di ma'had kalau tidak ada pembinaan karakter yang kuat mereka juga akan berbuat yang tidak baik. Sesuai dengan salah satu prinsip pendidikan pesantren menurut Cholis dalam Sulthon dan Ridlo (2006: 15) kearifan adalah bersikap dan berperilaku sabar, rendah hati, patuh pada ketentuan agama, mampu mencapai tujuan tanpa merugikan orang lain dan mendatangkan manfaat bagi kepentingan bersama.

2. Pengorganisasian implementasi ma'had sebagai *branding* madrasah

a) Ustadz-ustadzah berkompetensi dibidang keagamaan Islam

Dalam menangani kegiatan siswa dalam pencapaian keberhasilannya, harus disesuaikan dengan pengajar yang mampu dibidang keahliannya terutama bidang keagamaan Islam. Salah satunya adalah mengambil guru madrasah untuk menjadi tenaga pengajar di ma'had. Karena juga banyak guru madrasah lulusan pesantren, hal ini memudahkan untuk mencari ustadz-ustadzah di ma'had. Sebagai seseorang yang mempunyai ilmu harus lah mengamalkan ilmu yang sudah didapat tersebut. ustad-ustadzah di ma'had ini sudah melakukan hal tersebut, sama seperti yang dikemukakan Mastuhu (1994: 63), di pesantren berlaku prinsip bahwa santri harus mendahulukan kewajiban dan kepentingan orang lain di atas kepentingan sendiri, sehingga terjadi kekompakan, rasa solidaritas dan persaudaran yang erat di antara para santri. Dalam pesantren, upaya kebersamaan diciptakan melalui kegiatan-kegiatan setiap hari, misalnya kegiatan keagamaan dan kegiatan belajar.

b) Program kegiatan terukur dan terstruktur

Kegiatan yang akan di lakukan siswa harus terjadwal dengan sebaik mungkin, karena agar tidak berbenturan dengan kegiatan yang ada di madrasah. Kegiatan tersebut tentunya ada dampingan khusus sesuai dengan ustad-ustadzah yang bertanggung jawab. Sesuai dengan salah satu prinsip pendidikan pesantren menurut Mastuhu (1994: 62- 66) yaitu mengatur kegiatan bersama dibawah bimbingan ustadz dan kiai para santri mengatur hampir semua kegiatan proses belajar-mengajar terutama berkenaan dengan

kegiatan ekstrakurikuler, dari pembentukan organisasi santri, penyusunan program-programnya, sampai pelaksanaan dan pengembagannya.

3. Pelaksanaan implementasi ma'had sebagai *branding* madrasah

a) Menyiapkan fasilitas yang dibutuhkan

Tahapan pelaksanaan implementasi ma'had sebagai *branding* madrasah adalah memenuhi fasilitas yang dibutuhkan terutama memiliki elemen-elemen penting yang dimiliki pesantren. Seperti masjid, asrama atau pondok, pengajaran kitab klasik, santri atau siswa dan kyai atau pengasuh. Seperti elemen pesantren yang dikemukakan oleh Zamakhsyari Dhofier (2011: 79) elemen dasar sebuah pesantren antara lain pondok/asrama, masjid, pengajaran kitab klasik, kiai dan santri.

b) Ma'had sebagai pusat keagamaan di madrasah

Minimnya pengajaran keagamaan di kota Banyuwangi, ma'had menjadi salah satu pembantu siswa madrasah mengenal ajaran keagamaan Islam. Agar seluruh siswa bisa mengamalkan sedikit demi sedikit di kehidupan sehari-harinya. Sesuai yang dikemukakan Qomar (2007: 6-7) tujuan umum pesantren adalah membina warga negara agar berkepribadian muslim sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam dan menanam rasa keagamaan tersebut pada semua segi kehidupan.

c) Prestasi yang telah dicapai

Dalam pendapatan prestasi siswa di madrasah, tidak heran yang menjadi siswa terlibat didalamnya. Karena bimbingan dan pelatihan dilakukan secara terus menerus. Dengan prestasi yang dicapai siswa menjadikan madrasah semakin diminati banyak masyarakat. Hal ini merupakan salah

satu fungsi *branding* menurut Oktaviani (2018: 90) yaitu sebagai sarana untuk menanamkan citra positif di benak konsumen dan pengamat, sehingga lembaga pendidikan perlu memperhatikan citra madrasah.

d) Pendampingan langsung dari kepala madrasah

Dalam pelaksanaan implementasi ma'had sebagai branding madrasah, kepala sekolah sangat berpengaruh besar. Keberhasilan dari berdiri dan berkembangnya ma'had juga dari usaha keras seorang kepala sekolah. Perjalanan dan perjuangan beliau membuahkan hasil dengan didaptnya gedung asrama untuk ma'had yang sudah diakui. Sesuai dengan salah satu prinsip pendidikan pesantren yang dikemukakan Sulthon dan Ridho (2006: 15) bahwa kebebasan pemimpin digunakan di pesantren dalam menjalankan kebijakan pendidikannya.

4. Evaluasi implementasi ma'had sebagai *branding* madrasah

a) Rapat dengan kepala sekolah dan pengelola ma'had setiap bulan

Dalam evaluasi implementasi ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* Madrasah Negeri 1 Banyuwangi, kepala sekolah dan pengelola ma'had melakukan secara terus menerus dan berjenjang atau berkelanjutan. Evaluasi ini berupa kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan siswa. Sesuai dengan prinsip pendidikan pesantren yang dikemukakan Mastuhu (1994: 62-66) bahwa kegiatan bersama di bawah bimbingan ustadz dan kyai semua santri hampir semua kegiatan proses belajar mengajar terutama berkenaan dengan kegiatan ekstrakurikuler, dari pembentukan organisasi santri, penyusunan program-program sampai pelaksanaan dan pengembangannya.

b) Rapat stakeholder eksternal

Untuk memaksimalkan dari sebuah target dari sebuah perencanaan yang ada didukung dengan adanya rapat, kepala sekolah mengadakan kegiatan tidak hanya dengan yang ada di madrasah, akan tetapi juga mengadakan kegiatan eksternal seperti rapat dengan kampus-kampus luar yaitu IAIDA, pengurus pesantren, RMI, PCNU dll. Salah satu tujuan beliau melakukan kegiatan tersebut adalah memperkenalkan madrasah dan madrasah mempunyai tempat pendidikan yang di sebut ma'had. Sesuai dengan yang dikemukakan Mastuhu (1994:62-66) prinsip pendidikan salah satunya adalah kebebasan pemimpin maksudnya kebebasan dalam menjalankan kebijakan kependidikannya, bekerja sama dengan siapa saja, dimana saja dan kapan saja.

c) Meningkatkan kompetensi ustadz-ustadzah ma'had Darul Muta'alimin

Kompetensi yang dimiliki ustadz-ustadzah harus disesuaikan dengan kemampuannya. Banyak dari luar yang ingin menjadi pengajar di ma'had akan tetapi kepala sekolah tidak sembarang dapat menerima ustadz-ustadzah yang masuk, beliau juga mempertimbangkan kompetensi yang dimiliki dari ustad-ustadzah tersebut. Sesuai dengan yang dikemukakan Qomar (2007: 6-7) bahwa tujuan khusus pesantren diantaranya mendidik santri untuk memperoleh kepribadian dan memepertebal semangat kebangsaan, agar dapat menumbuhkan manusia-manusia pembangun yang dapat membangun dirinya dan bertanggung jawab kepada pembangunan bangsa dan negara.

B. Faktor-faktor Penghambat dan Pendukung Ma'had Darul Muta'alimin sebagai *Branding* MAN 1 Banyuwangi

1. Faktor Pendukung

Ada beberapa faktor yang dapat mendukung penerapan ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi

a) Ustad-ustadzah yang berada di ma'had lulusan pesantren

Sebagai bentuk pendukung dalam implementasi ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi, maka kepala sekolah juga memanfaatkan guru yang mempunyai kemampuan mengajar di madrasah. Mereka banyak yang lulusan dari pesantren, hal ini merupakan keuntungan besar bagi kepala madrasah untuk sekaligus memberikan kepercayaannya kepada guru tersebut untuk menyalurkan ilmu yang diperoleh di pesantren diberikan kepada siswa di ma'had. Sesuai dengan salah satu prinsip pendidikan pesantren menurut Mastuhu (1994: 62-66) tempat menuntut ilmu dan mengabdikan (thalabul 'ilmi lil-'ibadah) di dalam pondok pesantren dapat dua hal yang didapatkan yaitu, mendapatkan ilmu agama dan belajar mengabdikan di pesantren. Dengan pengabdian tersebut bertujuan untuk mengalaf barokah.

b) Banyak pihak yang mendukung kegiatan di ma'had

Dalam mendukung keberadaan ma'had, guru yang tahu dalam arti guru yang berasal dari lulusan pesantren sangat mendukung adanya ma'had juga menjadi lahan untuk mereka menyalurkan ilmu keagamaannya di ma'had. Kegiatan yang ada di ma'had tentunya berawal dari persetujuan kepala madrasah atau restu dari pengasuh, seperti yang di kemukakan oleh Mastuhu (1994:66) bahwa sesuatu yang dilakukan oleh santri harus mendapat restu dan dukungan dari kiai atau pengasuh untuk mendapatkan keberkahan.

c) Ketenangan wali siswa

Salah satu pendukung utama adanya ma'had adalah wali siswa, karena merasakan banyak sekali manfaat adanya ma'had, dan mempercayakan penuh anaknya menempati di ma'had. Mereka tidak kebingungan antar jemput, keselamatan, keamanan anaknya. Apalagi di masa pandemi covid-19 madrasah melakukan pembelajaran dengan sistem sifit yaitu sifit pagi dan siang, pembelajaran seperti ini membuat wali siswa merasa keberatan dalam mengantar dan menjemput anaknya. Dengan menempatkan anaknya di ma'had membuatnya merasa tenang. Selain itu juga mengajarkan anak hidup mandiri, karena di ma'had mereka melakukan semua pekerjaan sehari-hari dengan mandiri, Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Mastuhu (1994: 64) salah satu prinsip pendidikan pesantren adalah mandiri dengan menghadapi sendiri apa yang terjadi pada dirinya.

2. Faktor Penghambat

Dalam penerapan sebuah kebijakan tentu tidak mungkin jika tidak ada kendala sama sekali dalam pelaksanaannya atau bisa dikatakan sebagai faktor penghambat. Ada beberapa faktor penghambat dalam implementasi ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi, yakni:

a) Ada tambahan biaya

Dalam proses penerapan implementasi ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi ada salah satu penghambat yaitu tambahan biaya bagi guru, karena ada tarikan sekian bagi guru yang dialokasikan ke ma'had membuat mereka tidak mendukung dengan adanya ma'had. Akan

tetapi di setiap pembelajaran tidak lepas dari biaya, karena seorang guru membutuhkan biaya untuk berangkat mengajar dan kebutuhan yang lainnya. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Imam Al-Zarnuji dalam karangan beliau kitab Alala dijelaskan salah satu syarat mencari ilmu adalah biaya.

b) Fasilitas yang kurang terpenuhi

Tidak semua wali murid mendukung adanya ma'had akan tetapi juga ada sebagian dari mereka tidak mendukung. Hal yang mereka tidak dukung karena merasa masih kurang fasilitas untuk anaknya, seperti fasilitas pribadi. Padahal di ma'had ini tidak bisa di samakan dengan di rumah, tentunya masih banyak fasilitas yang belum ada. Sesuai dengan yang di kemukakan oleh Mastuhu (1994: 63) pesantren menekankan pentingnya hidup sederhana maksudnya bukan dengan kemiskinan, melainkan hidup secara wajar, proporsional, tidak berlebihan terutama pada materi. Tidak menurutinya semua yang diinginkan.

KESIMPULAN

Dari beberapa hasil pembahasan peneliti dapat disimpulkan sebagai berikut:

A. Implementasi ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi

Tahap pertama berupa perencanaan yang didalam perencanaan tersebut meliputi : 1) MAN 1 Banyuwangi adalah madrasah literasi, (2) konsep kegiatan, (3) pembinaan karakter siswa, tahap kedua adalah pengorganisasian yang didalamnya meliputi (1) ustad-ustadzah berkompetensi dibidang keagamaan Islam, (2) program kegiatan terukur dan terstruktur, tahap ketiga pelaksanaan

didalamnya meliputi (1) menyiapkan fasilitas yang dibutuhkan siswa di ma'had, (2) ma'had sebagai pusat keagamaan di madrasah, (3) prestasi yang diraih, (4) pendampingan langsung dari kepala madrasah, dan tahapan terakhir adalah evaluasi yang didalamnya meliputi (1) rapat dengan kepala madrasah dan pengelola ma'had setiap bulan, (2) rapat stakeholder eksternal, (3) meningkatkan kompetensi ustad-ustadzah Ma'had Darul Muta'alimin.

B. Faktor Pendukung dan Penghambat

a. Faktor pendukung

Adapun faktor pendukung yang dapat meningkatkan ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi (1) ustadz-ustadzah yang berada di ma'had lulusan pesantren, (2) banyak pihak yang mendukung kegiatan di ma'had, (3) ketenangan wali siswa.

b. Faktor penghambat

Adapun faktor penghambat yang menjadi kendala dalam meningkatkan ma'had Darul Muta'alimin sebagai *branding* MAN 1 Banyuwangi (1) adanya tambahan biaya, (2) fasilitas yang kurang terpenuhi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran Terjemah, *Al-Quddus*. CV. Mubarakatan Thoyyibah. Kudus
- Burhan, Muhammad dan Jamaludin. 2020. *Strategi Branding di Sekolah Dasar Islam Plus Masyitoh Korya Cilacap*. IAIN Purwokerto.
- Drummond, G dkk. 2008. *Strategic Marketing Planing and Control*. New York: Elsevier.
- Dhofier, Zamakhsyari. 2015. *Tradisi Pesantren*. Jakarta. LP3ES
- Dwiyama, F. 2019. *Brand Image: Upaya Memasarkan Pendidikan Bagi Lembaga Yang Kurang Mampu Bersaing*. Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam.

- Karsono. 2020. *Strategi Branding dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri Purbalingga*. IAIN Surakarta .
- Khotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2008.
- Lestari, Desi dan Setianingsih. 2020. *Strategi Humas dalam Menciptakan School Branding Penelitian Kualitatif di Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu Ponorogo*. IAIN Ponorogo.
- Madjid Nurcholis. 1992. *Bilik-bilik Pondok pesantren Sebuah Potret Perjalanan*. Jakarta: Paramadina
- Mundiri, A. 2016. *Strategi Lembaga Pendidikan Islam Dalam Membangun Branding Image*. Jurnal Pendidikan Pedagogik, 3(2).
- Mundiri, A. 2016. *Strategi Lembaga Pendidikan Islam Dalam Membangun Branding Image*. Jurnal Pendidikan Pedagogik, 3(2).
- Nastain, Muhamad. 2017. *Branding Dan Eksistensi Produk* (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk). Channel. 5, (1), 14-26
- Oktaviani, Femi. Dkk. 2018. *Penguatan Produk UMKM "Calief" Melalui Strategi Branding Komunikasi*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.
- Qomar, M. 2007. *Manajemen Pendidikan Islam*. Malang: Erlangga.

Sadat, Andi M. 2011. *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*, Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.